

Analisis Pengaruh Produk, Promosi dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kacang Garuda di Pati

LINDA IRGINIA SAPUTRI

(Pembimbing : Dr. Amron, SE, MM)

Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 211201102302@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Keputusan pembelian merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih terhadap pembelian konsumen. Konsumen mempunyai pilihan antara melakukan pembelian dan tidak melakukan pembelian atau pilihan menggunakan waktu, maka konsumen tersebut berada dalam posisi untuk mengambil keputusan. Banyak faktor dapat mempengaruhi keputusan pembelian, seperti produk, promosi dan distribusi. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh produk, promosi dan distribusi terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli Kacang Garuda di Pati. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling, yaitu dengan kriteria konsumen yang berumur minimal 17 tahun dan kacang garuda untuk dirinya sendiri. Sampel yang diambil sebanyak 104 konsumen. Jenis data yang digunakan data primer. Metode pengumpulan data menggunakan survey dan Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil analisis menunjukkan bahwa : (1) Produk merupakan faktor terkuat dalam mempengaruhi keputusan pembelian. (2) Distribusi faktor terkuat kedua yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. (3) Promosi merupakan faktor terlemah yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Produk, Promosi, Distribusi dan Keputusan Pembelian

Analysis of the Influence of product, Promotion and Distribution on Consumer's Purchasing Decisions of Kacang Garuda in Pati

LINDA IRGINIA SAPUTRI

(Lecturer : Dr. Amron, SE, MM)

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy &
Business, DINUS University*

www.dinus.ac.id

Email : 211201102302 @mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Purchasing decisions are a selections between two or more of alternative options for consumers purchases. Consumers have an option to do or not to do purchasing or option to use the time, so the consumers in the positions to take decisions. Many factors influence the purchasing decisions such as product, promotion and distribution. This reserch aims to analyze the influence of product, promotion and distribution on purchasing decisions. The population in this research consumers who make purchases Kacang Garuda in Pati. The sampling technique used in this research is purposive sampling that is with creteria such as consumer ages, at least 17 years old and buy Kacang Garuda for them self. The total sample amounted 104 consumers. The data type is primary data. Collecting data method uses survey and analysis technique uses multiple linier regression.

The results of the analysis show that: (1) Product is the strongest factors that influence the purchasing decisions. (2) Distribusion is the second factors that influence the purchasing decisions. (3) Promotion is the weakest factors that influence the purchasing decisions.

Keyword : Product, Promotion, Distribution and Purchasing Decisions